

## **La Prohibición de Anuncios o Publicidad de Fomento de la Prostitución en Medios de Comunicación que Difundan Publicidad de las Instituciones de la Comunitat Valenciana. Una Política Legislativa Contra la Trata y Explotación Sexual y a Favor De Garantizar los Derechos Humanos de las Mujeres**

### **The Prohibition of Announcements or Publicity to Promote Prostitution in Media that Spread Advertising from the Institutions of the Valencian Community. A Legislative Policy Against Trafficking and Sexual Exploitation and in Favor of Guaranteeing the Human Rights of Women**

Francisco Javier Sanjuán Andrés

Universidad Miguel Hernández de Elche, España

Se realiza un breve análisis de la Ley de publicidad institucional de la Comunidad Valenciana 12/2018, en relación a las prohibiciones y limitaciones durante las campañas electorales, haciendo un especial énfasis a las prohibiciones de concurrir a la difusión de campañas públicas de medios que tengan anuncios que fomenten la prostitución, y por ende los derechos humanos de las personas.

**Descriptor:** Derechos humanos; Igualdad de oportunidades; Desigualdad social, Violencia sexual; Publicidad gubernamental.

A brief analysis of the Law of institutional advertising of the Valencian Community 12/2018, in relation to the prohibitions and limitations during the electoral campaigns is made, placing special emphasis on the prohibitions of concurring in the diffusion of public media campaigns that have advertisements that promote the prostitution, and therefore the human rights of people.

**Keywords:** Human rights; Equal opportunities; Social inequality; Sexual violence; Government advertising.

## **Introducción**

La propuesta de comunicación pretende analizar la nueva legislación en la Comunidad Valenciana en materia de publicidad institucional para el interés de la ciudadanía y la concepción colectiva de las infraestructuras públicas, que no permite concurrir a medios de comunicación o agencias de publicidad que en sus publicaciones o soportes difundan anuncios que fomentan la prostitución o comercio sexual. Se estudia de forma pormenorizada la Ley 12/2018, de 24 de mayo, en cuanto a la medida que pretende la difusión de la publicidad institucional en medios libres de anuncios con fines de explotación sexual. Además se examina la implementación de la Ley en los medios de comunicación —en concreto de la prensa— para observar su cumplimiento y las posibles modificaciones en los contenidos.

Por otra parte, también se estudia la propia denominación de la Ley 12/2018, “(...) *de publicidad institucional para el interés ciudadano*”, que siendo una norma que pretende la protección de la dignidad humana con la erradicación de determinados contenidos lesivos de la integridad de las

personas, no hace un uso adecuado del lenguaje, y en concreto de una nomenclatura de la disposición legislativa acorde al lenguaje inclusivo.

### **Contexto**

La 12/2018 de la Comunidad Valenciana restringe de forma adecuada el uso de la publicidad institucional desde la convocatoria de elecciones hasta su celebración en la Comunidad Autónoma. Limitando en periodo electoral a las instituciones a la utilización de publicidad institucional sólo para difundir información del proceso electoral o para incentivar la participación, pero sin influir en la intención de voto de la ciudadanía.

La Ley 12/2018, regula no sólo a los entes públicos a los que afecta, como pueden ser: Cortes Valencianas, Generalitat Valenciana, Entidades Locales (...), sino también a las personas que detentan altos cargos –artículo 3.3.-. Esta última cuestión no se establecía en la Ley 7/2003, significado una novedad reseñable de la nueva regulación.

La Ley valenciana 7/2003, no prohibía de forma expresa la realización de campañas institucionales de comunicación entre la fecha de convocatoria de las elecciones locales o autonómicas hasta su celebración. Sólo en la Disposición Adicional Primera, se hacía referencia que la publicidad institucional en periodo electoral que atenderá a la legislación electoral. Asimismo tampoco hacía una diferenciación o distinción entre publicidad de los partidos políticos y la publicidad institucional, o restringía el uso por parte de las Administraciones o Gobiernos de la Comunidad Valenciana de distintivos y elementos que pudieran ser identificados con formaciones políticas ó viceversa.

Por otra parte, la Ley 7/2003, si que creaba un ente, la Comisión Coordinadora de Publicidad Institucional, que no se constituyó nunca, aunque la Ley determinaba que debía de constituirse en un plazo inferior a un año desde su entrada en vigor - Disposición Adicional Tercera-. La inoperancia del órgano, ha hecho que durante la vigencia de la Ley 7/2003 tuvieran que intervenir en diversas ocasiones las Juntas Electorales ante usos o prácticas poco adecuadas o partidistas de la comunicación y la publicidad institucional<sup>1</sup>.

La Ley 12/2008, determina que el órgano del Consell de la Generalidad encargado de la publicidad institucional, presentará anualmente al parlamento valenciano un informe en cuanto al cumplimiento de la Ley. En esté sentido, cabe valorar la implementación de un mecanismo de control parlamentario específico de la actuación de las Administraciones y Gobiernos de la Comunidad en relación a su publicidad institucional. En definitiva, es una vía de evaluación de las políticas públicas de comunicación institucional, para detectar malas prácticas ó disfunciones (Nicandro Cruz-Rubio, 2017,11) y que la propaganda e información institucional cumpla con su finalidad.

La Ley 12/2018, dedica su artículo 11 a la regulación de la publicidad institucional en los periodos electorales. Previamente en su artículo 5 determina ciertas prohibiciones como son:

*“1. Se prohíbe la comunicación publicitaria institucional partidista”.*

---

<sup>1</sup> **Por ejemplo:** Junta Electoral de la Comunidad Valenciana, núm. de expediente 292/514, Recurso de la Generalidad de Valencia contra Acuerdo de la Junta Electoral de la Comunidad Valenciana de 17 de abril de 2007 en relación con reclamación de la representación del PSOE contra la emisión de campañas de publicidad institucional acordadas por el Consell de la Generalitat, ó núm. de expediente 292/523, Recurso interpuesto por la representación del Partido Socialista Obrero Español contra Acuerdo de la Junta Electoral de la Comunidad Valenciana número 29/07 en relación con desestimación de queja-reclamación por vallas y báculos instalados por la Consejería de Sanidad para la difusión del programa "Construyendo salud".

*“7. Tola la publicidad institucional estará libre de identificación partidista alguna, quedando prohibidos los puntos de similitud con la publicidad que lleve a cabo cualquier partido político para la propia imagen o captación de la afiliación”.*

En su punto 11, se prohíbe la coincidencia de campañas institucionales con las campañas electorales autonómicas.

El artículo 11 de la Ley 12/2018, determinan en su primer punto que la publicidad institucional no podrá difundirse entre la fecha de publicación oficial de la convocatoria de las elecciones autonómicas y la fecha de celebración de los comicios, para no incluir en la intención de voto de la ciudadanía. Pero estará permitido las campañas publicitarias que fomente la participación en las elecciones e informen del proceso electoral. Aunque estas campañas no podrán utilizar recursos publicitarios que pudieran ser identificados con un partido político o coalición electoral, ni tampoco los partidos podrán hacer uso de recursos o elementos publicitarios que fueran identificables con campañas institucionales. Estas limitaciones de utilización de recursos, eslóganes o simbología serán extensibles a las campañas institucionales de la Generalitat que pudiera hacer para fomentar o informar de los procesos electorales locales: municipales o de entes supramunicipales.

## Método

Merece ser destacada la prohibición que establece la Ley de la Comunidad Valenciana 12/2018, de 24 de mayo, que excluye a los medios de comunicación o empresas de publicidad de concurrir a las adjudicaciones o contratos públicos, si en sus medios aparece publicidad de comercio sexual o fomento de la prostitución. Es una cuestión significativa que recursos públicos no puedan contribuir a medios de comunicación que hagan difusión de contenido que vulnera la dignidad de las personas y el comercio que el cuerpo humano. La medidas de la Ley 12/2018, no sólo afectan a cuestiones éticas como la restricción a la utilización de recursos económicos públicos en medios que difundan anuncios sobre servicios sexual o fomenten la prostitución. La disposición legislativa se convierte en una medida fundamental para que no se difundan en medios de comunicación actividades que lesionan los derechos humanos, y de forma particular de mujeres que ejercen la prostitución. En este sentido, el 8 de marzo de 2018, era significativo leer las principales cabeceras de prensa escrita de la Comunidad Autónoma que hacían hincapié al Día Internacional de la Mujer, con publicidad institucional y/o intervenciones de responsables de las Administraciones Locales y Autonómicas, y en las páginas de anuncios clasificados contenían referencias de publicidad explícita de servicios sexuales, por ende de fomento de la prostitución. Siendo esta situación incongruente, la presencia de publicidad institucional con unos fines concretos y en ese mismo soporte, la existencia de contenidos contrarios a los objetivos de los mensajes institucionales.

## Discusión y conclusiones

La Ley valenciana 12/2018, de mayo, establece el marco normativo de la publicidad institucional, pero además fomenta los derechos humanos limitando a los medios que pueden concurrir a la difusión de publicidad institucional sí entre los contenidos de sus publicaciones o webs existen anuncios de fomento de la prostitución. Desde la aprobación de la Ley cabe señalar la desaparición en la prensa escrita de anuncios de contenido sexual que fomentan la prostitución. Consideramos la aportación más significativa con respecto a la utilización de la publicidad

institucional que no sostenga medios o agencias de comunicación y/o publicidad que fomenten la explotación sexual de personas. Era paradójico cuanto menos, el día 8 de marzo de 2018, apreciar en las principales cabeceras de prensa escrita de la Comunidad Valenciana infinidad de mensajes y publicidad institucional fomentando la igualdad entre mujeres y hombres, y unas páginas a continuación disponer de un amplio elenco de servicios de prostitución, y por ende de explotación sexual y trata de personas.

La igualdad material se consigue con la transversalidad y afectando a todos los ámbitos, y no era asumible que los medios que fomentan lesiones de derechos humanos y de la dignidad de las personas obtengan recursos económicos de las administraciones o instituciones públicas de la Comunidad Valenciana.

## **Referencias**

- González Salcedo, A. (2017). La importancia de la Comunicación de las Políticas Públicas. *Más Poder Local*, 31, 6-7.
- Nicandro Cruz-Rubio, C. (2017). Revisando la política de la evaluación de las Públicas. *Más Poder Local*, 31, 8-11.